

CAPÍTULO 9

En tercer plano.
Estereotipos, Cine y mujeres mayores

M.^a Silveria Agulló Tomás
Universidad Carlos III de Madrid

“En tercer plano. Estereotipos, Cine y mujeres mayores”.

Si bien el título del artículo es el que figura en el encabezado, se ha de decir que esta reflexión hubiese podido titularse perfectamente como sigue:

1) *Cine y mujeres mayores: ¿ausencias o presencias difuminadas?*, o 2) *La imagen oculta: representaciones de las mujeres mayores en el cine*, o 3) *Mujeres mayores: ¿ignoradas-olvidadas, maltratadas o infravaloradas en el cine?* Pero no conviene anticipar posibles conclusiones. El artículo se divide, pues, en tres partes. En la primera se apuntan unas pinceladas generales sobre las personas mayores en los medios de comunicación de masas (1). En la segunda, se trata el caso de las mujeres mayores en el cine, sus imágenes y representaciones sociales. Y finaliza el escrito apuntando una serie de interrogantes sobre el presente y futuro de la imagen de las mujeres mayores en los mass media.

El objetivo estriba en relacionar tres elementos: imágenes sociales (concretamente estereotipos), género/edad (centrándonos en las mujeres mayores) y medios de comunicación (específicamente el cine). Se hace referencia a algunos enfoques teóricos en este artículo. Por ejemplo, el enfoque y concepto de representaciones sociales, que siguen varios psicólogos (Doise, Jodelet, Farr, en Moscovici, 1986; Ibáñez, 1988, 1992, entre otros) podría servir de marco introductorio. Esta línea, a nuestro juicio no es del todo convincente, pero desde ella puede rescatarse su terminología para esta ocasión. Es preciso aclarar que “representaciones sociales” pretende ser un concepto compilador, globalizador y, lo que es más relevante, enfatiza la interacción social -olvidada desde las perspectivas psicosociales más reduc-

(1) En este caso nos referimos a personas mayores (especialmente mujeres) de 60-65 años, excluyendo a los adultos/as con menos edad lo cual merecería otras reflexiones aparte.

cionistas-, que es donde se construyen las imágenes sociales. Diferentes conceptos suelen tomarse como sinónimos pero cada uno aporta un matiz. Por ejemplo, la “Imagen social sobre alguien” (idea más abstracta) no es lo mismo que el “tratamiento que se recibe” (más concreto). En esta ocasión el centro serán los “estereotipos” como concepto más manejable y operativo que los otros citados. En fin, de entre los distintos medios de comunicación tratados en esta publicación (prensa, televisión, publicidad), se analizarán las imágenes de las mujeres mayores desde el cine.

I. Mayores y medios de comunicación: Imágenes y perspectivas.

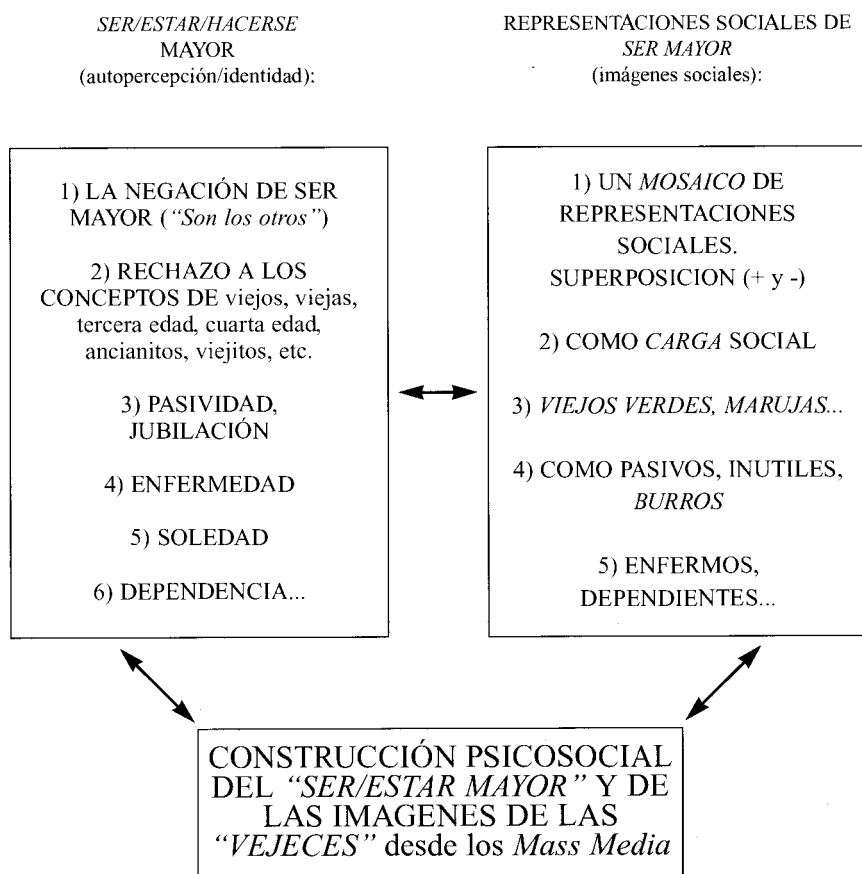
Respecto a la relación mayores/medios de comunicación se ha de subrayar que sólo está siendo analizada recientemente. El tema de los estereotipos, actitudes y representaciones sociales sobre los mayores es poco tratado tanto a nivel de investigación y docencia como en foros/debates. Cuando se estudia la cuestión, suele hacerse de forma bastante limitada, simplificadora (véase p.e., Itzin, 1986; INSERSO, 1991; Hummert et al. 1995, Sánchez Vera y Bodalo, 1999). No se encuentra ninguna referencia que articule mayores/cine. Sin embargo, sobre las imágenes sociales de las personas mayores se puede acudir a la tesis de Agulló (1999, concretamente capítulo 10) (2). Una de las conclusiones fue la estrecha relación entre imágenes y autopercepción/identidad. Dependiendo del aspecto que se evaluara, se obtenía una imagen más o menos deteriorada de los mismos. Pero, en general, las imágenes son negativas. Por ejemplo, sus discursos aluden a que son calificados como “viejos verdes”, “marujas”, “inútiles”, “dementes”,

(2) A través de los discursos de 109 personas (en entrevistas y GD) los mayores destacaban las imágenes sociales negativas pero, a la vez, una autopercepción como mayores menos negativa, dependiendo de la situación del mayor. Por ejemplo, los de menor estatus, peor salud y las mujeres mayores (sobre todo las amas de casa) piensan que son peor considerados a nivel social.

etc. (véase parte derecha del cuadro 1 adjunto). Todo ello, sin duda, no dejará de incidir sobre una experiencia negativa de “ser mayor” percibida como pasividad, enfermedad, soledad, dependencia, entre otros calificativos (Véase cuadro 1, parte izquierda).

Cuadro 1.

Relación ser *mayor*/autopercepción e imágenes/representaciones sociales



En definitiva, se quiere destacar la incidencia de los medios de comunicación sobre la autopercepción y la experiencia de ser mayor, es decir, la construcción psicosocial de las “vejeces”, del ser mayor (como algo personal y social) desde los *mass media* (y otros agentes sociales). En fin, la identidad de los mayores está en relación a las imágenes sociales respecto a lo que significa ser mayor. Partiendo de las aportaciones de otros autores (Torregrosa, 1984, Blumer, 1969/85, Berger y Luckmann, 1967/85, entre otros), la identidad se constituye de forma “dialógica y comunicacional” (Crespo, 1995), es decir es una construcción social producto de la interacción, simbólica y real, con/desde los demás. Lo personal se construye sobre los cimientos de lo social, en/desde los otros que actúan como “espejo”. Pero este “espejo” no es algo externo sino que también se conforma desde el consenso social y está en continua reconstrucción de cómo y qué tiene que ser ese reflejo. Para el caso de los mayores, en general, el espejo-percepción social (imágenes, representaciones, estereotipos) es negativo y ello incidirá, cuando menos, en una identidad difícil, confusa, de lo que es “ser mayor” (3).

Hay pocas reflexiones sobre mayores y cine. Mejor dicho, sólo se ha encontrado una referencia “indirecta” (Benito, en INSERSO, 1991:53-54), donde el autor alude a sus primeros análisis en torno a diversas películas en las que aparecen mayores. Por ejemplo, menciona los films como “Cocoon”, “Fedora”, “Tratamiento de Shock”, “La Máscara de Adonis”, “La Reina del Desierto”, “El jubilado de Charles Vanel”, “Adios Lady”, “El piano de la señora Michino”, “Un maravilloso perfume de Acederas”, “Próxima parada Paraíso”, “No habrá redención”, “Plácido”, etc. Pero, genéricamente, la

(3) Hay que recordar aquí la teoría del *Etiquetaje, Estigmatización o “labeling”*. La etiqueta que se cuelga a una persona puede acabar incidiendo en la autopercepción. Los mayores, si son etiquetados como “pasivos” o las mayores como “cotillas” sus conductas irán parejas a estos estereotipos, y pueden acabar asumiendo en su identidad estas imágenes.

ausencia de análisis, al igual que las pocas apariciones de los mayores en los medios, es casi total.

Y antes de pasar a la parte central del artículo sería pertinente describir el proceso analítico seguido como prueba de la dificultad de encontrar material sobre mujeres mayores y medios de comunicación (4). Aún así, se ha realizado una reflexión asentada en varias fuentes de información:

En relación a la *documentación escrita*, se consultaron varias revistas de cine, como por ejemplo, *Fotogramas & video*, *Dirigido por...*, *Cinemanía*, *Cinerama*, *Interfilms*, *El Espectador*, principalmente. Hojeando y ojeando los últimos números de estas revistas apenas se han encontrado fotogramas de mujeres mayores (en ninguna portada, y pocas en los contenidos interiores). En los reportajes que tratan los próximos estrenos (en revista *Estrenos Kinépolis*, o en páginas web, p.e.) tampoco se apunta ningún cambio de imágenes. No se aprecia apenas un título, fotograma o idea relativa a mayores. También se ha consultado bibliografía (libros, artículos) sobre cine (teorías y análisis), sobre mayores, mujeres y *Multi-Media* (p.e. cap. 10 tesis Agulló, 1999) y alguna reflexión desde la Sociología y Psicología Social. En definitiva, en las búsquedas bibliográficas hemos constatado la ausencia de estudios sobre mujeres mayores en el cine y en los medios de comunicación en general.

En cuanto a la *documentación gráfica*, el proceso de “buscar a las mayores en el cine” ha resultado difícil y, en ocasiones, algo desesperante debido a la

(4) A través de distintos análisis de contenido se han descubierto diferentes roles e imágenes de las mayores. Sería interesante realizar un estudio más sistemático y riguroso (en la línea de Aguilar, 1998, Monterde, 1997, p.e.). Se trataría de considerar distintos indicadores como p.e.: contabilizar presencias, analizar formatos, espacios, frecuencias, etc. Pero el espacio y el tiempo limitados no permiten un estudio extenso y representativo como sería conveniente.

ausencia tan palpable de imágenes y fotogramas sobre las mismas. Entonces, más que una compleja selección (como ocurre con otros temas que no se sabe cómo acotar), lo complicado ha sido encontrar fotogramas en los que aparecieran mujeres mayores de 60 años. De todos modos, para la revisión y selección de los pocos fotogramas encontrados, se ha visitado la Filmoteca Nacional (consulta con expertos de la misma), las distintas revistas de cine (específicamente las imágenes y las portadas) y la documentación audiovisual de la Librerías 8,5 y *Alphaville*. Para los videos o películas de cine, se han visitado varios video-clubs con el fin de observar las carátulas y sinopsis de las mismas. Como botón de muestra sirva un dato: concretamente en un video-club -de los de una cadena multinacional conocida-, que cuenta con más de 3.000 películas, sólo en 4 carátulas (de los estuches y carteles anunciadores de películas) aparecen mujeres mayores (en 42 aparecen hombres mayores). La imagen de la mujer en tres de ellas es de “abuelita” y en otra de “bruja” (5). Además, con el visionado y contenido de cintas (actuales y pasadas; españolas o extranjeras; distintos géneros) y también desde algunas de las páginas web sobre la cuestión (p.e.: 1) www.Filmfestivals.com 2) www.dooyoo.com o 3) www.serviticket.com), se observan unas pautas similares de ausencia/no protagonismo que en el próximo apartado se desarrollan.

II. Mujeres mayores y cine: ¿Ausencias o presencias difuminadas?

Parece interesante empezar lanzando unas preguntas que conformaron el origen de la reflexión que aquí se plasma y que a su vez, pueden ser una invitación, también, para el lector. A saber, de las películas recientes, 1) ¿en

(5) He de agradecer a Rosana Saiz (video-club Blockbuster) el hecho de facilitarme estos datos concretos. También a Ramón Soto por su e-mail con comentarios y referencias de films en los que aparecen mayores.

cuántas actúan mujeres mayores?, 2) ¿son un gran número o no? Pero, más relevante que el número o cantidad: 3) ¿qué papeles desempeñan en las mismas: de madre, abuela, mujer profesional, etc.?, 4) ¿tienen papel de protagonista o roles secundarios?, 5) ¿reflejan la realidad de las mayores o son imágenes estereotipadas acerca de sus papeles, características físicas u otros rasgos?, 6) ¿son representaciones positivas, negativas, neutrales?, 7) ¿qué valores transmite el cine respecto a las mayores?, 8) ¿qué estudios y/o teorías se ocupan de estas cuestiones?. En primer lugar, se puede comprobar, desde cualquier fuente de información consultada y citada más arriba, la ausencia de mujeres mayores. En segundo lugar, podemos anticipar, también, que en el caso de sus presencias e imágenes, éstas se muestran de forma difuminada, difusa, en un nivel secundario (¿terciario?), de fondo, en un segundo, o mejor dicho en un tercer plano (de ahí el título genérico de este artículo) o como un escorzo.

También podemos ir diciendo que en las mayores confluyen distintos estereotipos referidos tanto a la vejez como a las mujeres de cualquier edad. Desde las mayores se perciben muchos de los estereotipos negativos reflejados en el cine y en otros medios de comunicación. Pero hablemos primero de las *ausencias*, sobre todo en filmes de determinados *géneros*, aun masculinizados, o considerados tradicionalmente de hombres. Por ejemplo, no aparecen en los filmes de: acción, animación y fantasía, aventuras, ciencia ficción, cine negro, intriga, policíacas, terror. En cambio tienen alguna representación en comedias, dramas y melodramas, históricas, musicales, pero casi siempre -aún en estos últimos- en papeles secundarios. Según los géneros de las películas, pues, su ausencia es mayor o menor.

Si se lanza una mirada retrospectiva se observa la ausencia en las películas de las últimas décadas. Por ejemplo, en algunos fotogramas (*El extraño viaje*, 1964, en VV.AA., *Las generaciones del cine español*, 2000) aparecen mayores en un espacio público (en este caso en la terraza de un bar) pero no se observa a ninguna mujer mayor. Determinados espacios parecían (¿parecen?) restringidos al género masculino. En el caso de que aparecieran mujeres lo hacían en el espacio doméstico y en tercer plano tal como vemos en algunos fotogramas (p.e., en *Surcos*, en op.cit.). A primera vista se percibe al varón adulto; en segundo plano a la mujer joven y ya en tercera posición las mujeres mayores. Los papeles que solían reflejar eran familiares, de madre, de abuela, con unas características físicas y unos rasgos de personalidad determinados (p.e. *Una abuelita de antes de la guerra*, 1974). Si nos centramos en la actualidad, se constata como siguen estando en tercer plano. La mujer joven ya ha pasado a ser protagonista en muchas películas (coherente con el avance general de mujeres en los distintos ámbitos públicos), pero las de mediana edad siguen en un segundo plano, y las mayores en un tercer plano si cabe. La misma pauta de ausencia o estereotipia se observa a través de otros medios como la pintura, escultura, el arte (6). En fin, la representación de las mujeres es distinta según la edad. Parece que se está dando una relación inversa en la que a mayor edad se cumple menor presencia femenina en los medios de comunicación.

(6) Recordemos algunas de nuestras visitas a museos o galerías de arte. Por ejemplo, en una visita reciente a la *Tate Gallery*, *National Gallery* y *British Museum*, en Londres, se ha podido constatar la ausencia de mujeres mayores, o en todo caso unas representaciones estereotipadas: mujer mayor aristócrata, de madre, abuela o de ama de casa. Apenas una pintura en la *Tate Gallery* ("*Portrait of Frances Rose*", de Maggi Hambling, 1973) refleja una imagen "menos estereotipada" de una mujer mayor: no va vestida de negro sino de azul, muestra un gesto apacible (no exagerado) de satisfacción vital, sobre un fondo blanco luminoso, unos rasgos físicos expresando naturalidad, serenidad. Pero, un análisis de las mayores en estos contextos merecería otra reflexión aparte.

En relación a las *presencias*, aunque sean difuminadas, los distintos “papeles” que interpretan en la gran pantalla puede considerarse fiel espejo de los “papeles” que asumen diariamente y que ellas mismas interiorizan. Recordemos que los estereotipos son reflejo de la realidad pero no la agotan: la realidad, obviamente, es mucho más amplia y compleja. Los estereotipos se basan en prejuicios y tabúes. Son generalizaciones y su formación deriva de la percepción social, de la tendencia a homogeneizar y nivelar a las personas “como si” todos fueran iguales; “como si” todas las mayores tuvieran los mismos problemas; “como si” todas hubiesen tenido las mismas experiencias; “como si” todas reaccionaran igual, etc. En este “como si” está uno de los pilares de los estereotipos que simplifican la realidad. Pero perviven, persisten, debido al pragmatismo (para simplificar, entender y explicar esta compleja realidad), por desconocimiento y falta de sensibilidad (por no conocer la complejidad), para diferenciarse de otros (y construir una identidad propia), para justificar acciones insolidarias (como la violencia o, simplemente, no reconocer ni aceptar al otro). Este proceder incluye los peligros de toda categorización y simplificación. Las consecuencias negativas de la aplicación de estereotipos pueden ser varias: menor estima social y autoestima de este colectivo, desintegración, desvalorización, exclusión, mayor discriminación, entre otros. Hemos de resaltar la influencia de los medios en los procesos de socialización, en la formación de estereotipos, de roles masculinos y femeninos diferenciados, en las actitudes hacia estos roles, valores, normas y todo lo que Blanca Muñoz (recordando a Barthes, Muñoz, 1995a) denomina “segundo nivel” o “mitos”.

En los cuadros que se han elaborado para esta ocasión (ver cuadro 2 y 3), se observan tanto estereotipos funcionales (relativos a las funciones, roles o profesiones), otros referidos a rasgos de personalidad y actitudes, o también

aludiendo a características físicas. Veamos a través del cine como muchas de las imágenes tienen *connotaciones negativas* (ver cuadro 2) (7).

Cuadro 2.

Algunos estereotipos “negativos” sobre las mujeres mayores en el cine

- 1) “Bruja”, malintencionada
- 2) “Maruja”, cotilla, critica
- 3) Alcahueta, casamentera, “celestina”
- 4) Viuda triste, llorona, pasiva, aislada del mundo, solitaria, poco sociable
- 5) “Vieja loca”, “vieja histérica”, sin autocontrol
- 6) Viuda alegre, vividora, alcohólica, “madame”
- 7) “Mala suegra”, entrometida, acaparadora, indiscreta, pejuguera
- 8) Muy religiosa, de misa diaria, rezando el rosario
- 9) Dogmática, inflexible, conservadora
- 10) Ignorante, analfabeta
- 11) Función doméstica central: ama de casa, asistente, cocinera, encerrada, obsesionada hogar
- 12) Papeles familiares tradicionales (abuela, madre, esposa, cuidadora). Sólo preocupada por hijos, “familista”, de puertas adentro (también +)
- 13) Mujer rural inexistente, aislada
- 14) Mayores como gasto o carga social, enfermas, dependientes
- 15) Mujer no es “ya” objeto de deseo sexual

(7) Aunque no resulta demasiado apropiado hablar en términos opuestos negativo-positivo, a efectos de estructurar mejor el análisis se opta, como se hace desde otros estudios, por este dualismo clásico y claramente criticable.

- 1) La mujer mayor como “bruja”, malintencionada. Esta imagen aparece en muchas películas de *Disney* -p.e. la bruja del bosque-, o en films de ciencia ficción o de terror. Llama la atención que siempre sean mujeres mayores las brujas. Las duendes de la suerte, las hadas buenas suelen ser representadas por jóvenes.
- 2) “Maruja”, cotilla, criticona (p.e. en *La colina de las viudas*, film inglés sobre unas señoras mayores aristócratas).
- 3) Alcahueta, casamentera, “celestina”. Esta imagen y la anterior podemos observarla en algunas telenovelas o culebrones.
- 4) “Viuda triste, llorona”, pasiva, aislada del mundo, solitaria, poco sociable (p.e. en *American Beauty*, mujer del militar-homosexual).
- 5) “Vieja loca”, vieja histérica, paranoica, “de los nervios”. En diversas comedias y dramas, cuando se representa una situación de peligro -accidente, catástrofe, p.e.- la persona que más chilla y más descontrolada es una mujer mayor; es la que no sabe hacer frente a situaciones estresantes. Pero, al contrario: sabemos que en la vida real son verdaderas “gladiadoras”, por utilizar el título de una película reciente, luchando cotidianamente por salir adelante en la vida... Sin embargo, las películas que más llenan las salas son las de tipo “*Gladiator*” (o “Gran Hermano”, en TV), y... ¿por qué no “Gladiadora”? Esto hoy parece inimaginable, no vendería, no sería rentable. Por contra, la vida real cotidiana está llena de guerreras silenciosas, invisibles, mujeres mayores que viven por/para los demás pero no son representadas en las pantallas.

- 6) Viuda alegre, vividora, alcohólica (p.e. Lauren Bacal, en *El amor tiene dos caras*) o en el papel de “madame”. También Lauren Bacal, en la película recién estrenada *Diamantes*, protagonizada por Kirk Douglas, aparece como dueña de un prostíbulo (*El Espectador*, 30-IV-2000). Ello nos recuerda a *Arsénico por compasión* -Capra, 1944- en la que dos mujeres mayores interpretan un papel similar.
- 7) “Mala suegra”, entrometida, acaparadora, indiscreta, pejiquera. Algunos papeles recuerdan a Angela Chanin de *Falcon Crest*. Es el papel de la mayor como “mandona”, que pone los pies en el suelo al otro, “aguafiestas”, demasiado realista, dramática (p.e. *El coronel no tiene quien le escriba*).
- 8) Muy religiosa, de misa diaria, rezando el rosario. Por ejemplo, muchas veces el papel de monja es una mujer mayor, como Chus Lampreave en *Entre tinieblas*, de P. Almodóvar.
- 9) Dogmática, inflexible, conservadora, de costumbres arraigadas. (p.e. en *Espérame en el cielo*).
- 10) Ignorante, analfabeta, sin estudios (p.e. recordemos *El milagro de P. Tinto* -piénsese en los dos mayores analfabetos, aislados del mundo-, o en *Mamá es boba*, de Santiago Lorenzo).
- 11) Función doméstica central: ama de casa, asistenta, sirvienta, cocinera, encerrada, obsesionada en hacer perfectamente tareas del hogar. Ya se ha comentado como las mujeres salen en espacios domésticos, privados; no salen en espacios públicos relevantes socialmente -trabajo, calle, etc.-

- 12) Papeles familiares tradicionales (abuela, madre, esposa, cuidadora). Sólo preocupada por hijos, “familista”, de puertas adentro (ver apartado de “Estereotipos positivos”). Éste y los tres anteriores se perciben en películas históricas, retrospectivas. Ni que decir tiene que las mujeres mayores tienen papeles secundarios en las películas históricas porque así era su realidad. En general, se trata de papeles familiares, tradicionales. Existe un discurso filmico desvalorizador del papel de ama de casa. Por ende, se desprestigia a las mujeres mayores que siguen siendo, en su mayoría, amas de casa. Esta imagen, más que negativa -puede enfocarse de distintas maneras-, habría que colocarla como imagen que predomina sobre las otras, globalizadora, pero, en todo caso, limitada.
- 13) Mujer rural inexistente, aislada (p.e. *Vacas*). Por ejemplo, tanto en el estudio mencionado de Agulló (1999) como en una obra de la Caixa (1992) (8) -en la que se incluyen diversas fotografías sobre mayores-, se refleja la realidad de muchos mayores -y mujeres- trabajando en áreas rurales cuya imagen no se percibe apenas desde el cine. Un paralelismo se observa en el estudio de Monterde (1997), que constata la ausencia de imágenes de la clase trabajadora y de los problemas laborales en general en el cine.
- 14) Las mayores como gasto o carga social, dependientes, improductivas, enfermas. Piénsese en las imágenes de las mayores en hospitales, residencias, o la película *La abuela dinamita* -los familiares no saben que hacer con ella cuando se van de vacaciones-.

(8) LA CAIXA, VVAA. (1992), *Maestros de vida/Mestres de vida*. Barcelona: La Caixa.

15) La mujer mayor “no es ya” objeto de deseo sexual. En algún caso, las mayores se benefician de esta “ausencia” como reclamo sexual. Esta afirmación merece una explicación. Por ejemplo, en las películas pornográficas las mujeres aparecen como objetos (también los hombres, sí, pero esta sería otra cuestión). Las mayores no aparecen nunca como “objetos de deseo sexual”, pero cabe plantearse que para ser así representadas mejor no estar... En fin, la mujer mayor deseada sexualmente apenas la percibimos en el cine. La mujer mayor se salva de aparecer como “tentación” o como “víctima de violación”, pero no como “víctima de una violación moral”, por llamarlo de algún modo, como es el olvido y la ausencia. En fin, la mujer “sólo es sexy cuando es joven”. La tiranía de la belleza y de la edad sigue imponiéndose a las mujeres.

Otro ejemplo es la crítica a Kathleen Turner en una versión teatral reciente de *El graduado* por “desnudarse a su edad” (y tiene 45 años). En la misma línea, sigue viéndose con recelo las parejas de hombres jóvenes/mujeres maduras y no a la inversa (una excepción sería *En brazos de una mujer madura*, pero se trata de una mujer de mediana edad, no una mayor de 65). La sociedad -tampoco el cine- no permite, aún, esta “transgresión cultural”. En el fondo, se percibe la reducción de la mujer a su función procreadora. Por ejemplo, la siguiente cita de Freud ha quedado desfasada, pero transmite varios de los estereotipos arraigados, aún hoy: “es hartó sabido -además de haber dado lugar a muchas lamentaciones- el hecho de que, después que las mujeres pierden su función genital, su carácter suele sufrir una alteración peculiar: *se tornan pendencieras, provocadoras y despóticas, mezquinas y cicateras; o sea que se manifiestan en ellas típicos caracteres sádicos y eróticos anales que antes, durante el periodo de la plenitud de la femineidad, no poseían. En todas las épocas, tanto los comediógrafos como los escri-*

tores satíricos han dirigido sus invectivas contra el "viejo dragón" en el cual quedaban convertidas la joven encantadora, la amante esposa y la indulgente madre. Es dable observar que esta alteración del carácter corresponde a una regresión de la vida sexual a la etapa sádica y anal-erótica pregenital, en la cual hemos encontrado una predisposición a la neurosis obsesiva. Al parecer, pues, no sólo es la precursora de la fase genital sino, también, y con mucha frecuencia, su sucesora, su culminación luego que los genitales han cumplido sus funciones" (1913, En Zinberg y Kauffman, 1986:119-120). Estas representaciones sociales que dejan tan mal parada la posición de las mujeres mayores van cambiado radicalmente, aunque aún persisten soterrada o manifiestamente muchos de estos estereotipos. Se ha de decir que muchas autoras retoman el enfoque del psicoanálisis para explicar la presencia de las mujeres en el cine (Kaplan, 1983/1998, Khun, 1992). Pero, además, defienden que este enfoque es limitado y por ello nos remiten a los enfoques estructuralistas, a la semiótica, para ir más allá del enfoque crítico feminista. En fin, hay que considerar el enfoque más sociológico que tiene en cuenta las estructuras sociales, y va más allá de las estructuras psíquicas de las personas. La semiología, por ejemplo, ha intentado reunir ambas esferas (interno/externo) mediante el uso del lenguaje y el subconsciente (9). En la línea de varios autores (Cassetti 1994, Kaplan, 1998, Khun, 1992, Lauretis, 1992), parece más conveniente combinar varios enfoques (cine realista -p.e.

(9) En relación al análisis del cine, el estructuralismo pretende romper el texto, deconstruirlo, sacar a la luz lo que estaba oculto... El método estructuralista/semiótico quiere dar luz a los procesos que tratan a la mujer como mito, que la presentan como algo invariable, mítico, eterno... y transmite que esas imágenes patriarcales son algo "natural". La cuestión es que la ideología patriarcal no se manifiesta en la "pobreza" de la presencia femenina, sino en situar a la mujer en un universo sin tiempo, poblado de entidades absolutas y abstractas, indefinidas, presencias que no tienen matices, ni individualidad... sino que están difuminadas, son figuras "eternas y fijas" (Cassetti, 1993:253). En la misma línea podemos decir que "*las mujeres estaban oprimidas no sólo económica y políticamente, sino también en las formas mismas de razonamiento, significación e intercambio simbólico en funcionamiento en nuestra cultura*", por lo que se propone el análisis textual para analizar "como nos condiciona el punto de vista patriarcal dominante en el nivel de las estructuras psíquicas" (Cámara Oscura, 3-6, en Kaplan, 1992:92-93).

Krakauer-, imaginario -Morin-, lingüístico -Mitry-, etc.). Se trataría de hacer compatible la semiótica (que pone atención al texto o cualquier representación), el psicoanálisis y enfoque psicológico (entendiendo a las estructuras psíquicas, internas), y los enfoques más sociológicos (que atienden al contexto y condiciones externas de la imagen), principalmente.

En la relación psicología/cine, muchos autores aluden a la situación del espectador en la sala, a la oscuridad, a esa percepción en la que se pierde la noción de cuerpo y nos identificamos con personajes... Hay que destacar como el cine intensifica el placer de la visión: *la escopofilia* (el espectador quiere lo que está la pantalla y permanece allí; ver y tener ese objeto que ve) y el *narcisismo*. Muchas personas acuden al cine para "evadirse"; otras en cambio, para "encontrarse". Pero estos mecanismos son diferentes según el sexo: la mujer tiene que identificarse con hombres y eso es contradictorio (Casetti, 1993/94). La cuestión es que al espectador le gusta identificarse con el protagonista (que suele ser un héroe varón), pero no con mayores, y menos con mujeres mayores porque los estereotipos que se están comentando hace que tengan rasgos y roles poco interesantes, clásicos, familiares (véase cuadro 2). Las mujeres parece que siguen teniendo que identificarse con hombres, con papeles de hombres porque la mayor parte de los papeles femeninos aún no convencen. Para Kaplan (1983/1998), los héroes masculinos, idealizados en la gran pantalla, devuelven al varón espectador su imagen reflejada y perfeccionada, junto a una sensación de dominio y control. En cambio, a la mujer no se le ofrecen más que figuras desamparadas y convertidas en víctimas... Muchas mujeres tienen que identificarse con hombres, lo que para Khun (1991:9) puede ser una negación de parte de la femineidad. Además, si la mujer se escapa "demasiado" de su papel estereotípicamente asignado parecerá fría, calculadora, manipuladora (la imagen de *femme fatale*) y pasará a ser menos atractiva. En resumen, la no

identificación del espectador/sociedad con las mujeres mayores podría ser una de las causas de la ausencia de estas mujeres, debido a que la industria del séptimo arte sabe que a la gente (incluidas las propias mayores) no les gusta identificarse con los estereotipos de mayores, vejez, pasividad, inutilidad... sino con el super héroe que sigue siendo varón, joven, apuesto. O en todo caso con la heroína, pero eso sí, siempre joven, sin arrugas, bella, aunque sea mediante la silicona. A ello hay que añadir, que las mujeres mayores no acuden al cine y eso es tenido en cuenta por el negocio del cine que no las representa (10).

Igualmente hay que destacar la aportación desde la sociología al cine cuando enfatiza la función de control social y construcción de valores, opiniones, representaciones. Pero la intención no es decantarse por ningún enfoque en particular sino extraer las reflexiones más interesantes sobre cine y sus implicaciones. Según Krakauer (1954, en Caseti, 1994:144), *“el cine, incluso el de ficción, nos ofrece siempre un retrato de la sociedad que lo circunda”*. Este autor, justifica que el cine *“refleja de forma más directa que otros medios artísticos la mentalidad de una nación (...) porque nunca es el producto de un solo individuo y porque se dirige a la muchedumbre anónima y la atrae...”*. En fin, el cine *“es un testimonio social porque capta lo inobservado y recurrente. Su horizonte es el inconsciente de una cultura”*(11). Pero

(10) Sin embargo, tampoco los mayores varones acuden y sí son algo más representados que sus coetáneas. Según el INRSO (1991:62), el 90% de mayores no va casi nunca al cine, en cambio casi el 100% ve televisión todos los días, el 50% no lee nunca el periódico, el 75% no lee libros o novelas.

(11) El cine es concebido, “como testigo que juega sobre el tapete de la historia y nos permite integrar los planteamientos tradicionales con los datos que nos ofrece la psicología social” (op.cit., pág. 146). “El cine refleja la sociedad que lo circunda; refleja motivos mejor que otros textos a causa de su carácter de obra de un grupo destinada al consumo de masas; saca a la luz los aspectos subterráneos y escondidos, hasta acabar ilustrando de algún modo el inconsciente; resalta su evolución histórica, descubriendo las dinámicas subyacentes. En resumen, el cine es un testigo perfecto y una preciosa fuente tanto para el teórico como para el historiador” (pág. 147) (...) es un “documento esencial para comprender que cada cultura se representa a sí misma, sus alternativas y sus opciones”.

más adelante continúa, “si bien, el cine refleja la realidad, pero *lo hace como en los sueños, alterando los contornos externos pero conservando el sentido de las cosas...*” (p. 147).

Siguiendo a Ferro (Casetti, 1994:148), hay cuatro modos de testimoniar la realidad social a través del cine (el cine como “espía” de la realidad): a través del contenido, del estilo, de la actuación de la sociedad (la imagen además de un espejo es un “arma”), y del tipo de lectura que se haga de él. Sin embargo, de acuerdo con Sorlin (1977/79), el cine *no es un duplicado de la realidad, sólo representa algunos fragmentos, los carga de sentido, los hace funcionales dentro de una historia o de una tesis y los reúne en una nueva unidad* (corta, ejemplifica, enfatiza, recompone). El cine, pues, “*no representa ya a una sociedad, sino a lo que esa sociedad considera representable... El cine nos dice lo que ve literalmente una sociedad, a qué figuras clave confía sus pensamientos, qué reelaboraciones lleva a cabo; y, paralelamente, qué desatenciones, censuras y prohibiciones la recorren*”. En resumen, no nos ofrece una imagen de la sociedad, sino lo que una sociedad considera que es una imagen, incluida una posible imagen de sí misma; “*no reproduce su realidad, sino la forma en que esa sociedad trata la realidad*” (Casetti, 1994: 150-151). Entonces, para romper estereotipos hay que tener claro que *el cine nunca representará la realidad, porque es una configuración simbólica, no una realidad. Lo que hay que hacer es “desnaturalizar” lo que al cine le parece obvio. El cine no es reflejo sino que hay que atacarlo por transmitir estereotipos, imágenes falsas respecto a la mujer...*” (Casetti, 1994: 254-255). El papel psico-sociológico y la influencia del cine, en cualquier caso, es algo más que evidente.

Y volviendo a los estereotipos negativos de las mayores, otro ejemplo de sus ausencias como objeto sexual se observa desde el estudio de Aguilar (1998) en el que trata el sexo, amor y mujer en el cine de la década de los 90 (a través de 55 películas analizadas), pero vemos que la mujer mayor de 60 años apenas aparece en los films españoles más recientes y, por tanto, tampoco en el estudio citado de la autora. A esto se une la llegada de la menopausia en la que la mujer es vista como menos atractiva, como el fin de su belleza. El mito de la belleza juvenil produce que “*la arruga no es bella*”; que se sigan potenciando las operaciones anti-envejecimiento, el perfil de mujer *Barbie*... y todo esto se encarga de sostener muchos estereotipos. Los adultos, por contra, se perciben como atractivos en estas edades (p.e. Kirk Douglas, Richard Gere o Sean Connery son “interesantes”; no viejos).

Todo ello puede influir sobre su identidad, sobre su autopercepción (Freixas, 1992; Arber y Ginn, 1991), lo cual nos remite a algunas de las premisas de la teoría Hipodérmica o también de la teoría del Etiquetado o “labeling”. Esta es otra idea clave ya comentada en la primera parte de este escrito (ver parte I). Los papeles en el cine pueden ser fiel reflejo de los “papeles” que se les asume diariamente y que ellas mismas interiorizan (12). Por ello la autoidentificación de las mujeres mayores es confusa, troncada, compleja. Desde sus discursos hemos comprobado la dificultad que tienen, ellas mismas, de autoidentificarse como mayores. Con otras palabras, coincidimos con el estudio de Comfort cuando al entrevistar a un jubilado le dijo: “*Y usted ¿qué era antes? -Yo sigo siendo todavía-*” dijo el mayor”. En fin, las mujeres, aún más que los hombres, denotan una gran confusión en su

(12) Recordemos las aportaciones del Interaccionismo Simbólico Estructural (Striker, 1983), las teorías de Actitudes, Construccionalistas, enfoques discursivos o postmodernos, la Teoría de Roles o la Teoría de las Representaciones Sociales. En resumen, un punto clave (que se saca de algunas de sus premisas) es que la identidad se contruye desde los demás.

identidad, porque su situación también es y ha sido más difícil, menos lineal que la de ellos (Agulló, 1999). Las mayores reúnen el estereotipo más negativo de vejez: dependencia, enfermedad, pasividad... muerte.

Otro dato de esta persistencia de visiones sesgadas es el hecho de que las mayores son poco contratadas para salir en la gran pantalla. Tenemos el ejemplo de Bette Davis que con apenas 50 años era “muy mayor” para el cine. O también el de Greta Garbo, que se retiró (o mejor dicho ¿se autorretiró o la retiraron los empresarios, la sociedad, los estereotipos?) muy joven (a los 35 años) porque “no quería que le vieran las arrugas, que la vieran envejecer” (M. Acosta, *El Espectador*, 26-3-2000). O más recientemente, Paul Newman ha comentado: “no hay papeles para carrozas como yo” y más contundente es Debbie Reynolds afirmando que “En Hollywood después de los 50 más vale que te suicides...” (*El Espectador*, 16-4-2000). También A. Banderas afirma que uno de los motivos para crear su propia productora era dar a Melanie Griffith determinados papeles (p.e. *Locos en Alabama*) para los que en Hollywood es considerada ya mayor. El titular de una portada reciente decía así: “Kim Basinger sigue levantando el ánimo” (*Cinemanía*, Junio 2000). Este titular reúne al menos dos estereotipos, el de la mujer como objeto para levantar el “ánimo”, y el de la mujer de edad media que, como excepción, aún “sigue” siendo atractiva a pesar de su edad y de no ser tan joven. Igualmente han “protestado” sobre la “tiranía de la belleza y de la edad” varias actrices mayores españolas. Los comentarios en torno a que sólo se las llama para homenajes y no para papeles activos son frecuentes. En fin, las mayores son protagonistas en pocas películas (p.e. tal como lo es F. Fernán Gómez en *El abuelo*, de Garcí o en *La lengua de las mariposas*). Suelen tener papeles secundarios o incluso invisibles ¿tal como en su propia vida real?

Pero no todo es negativo. También encontramos imágenes positivas, y una cierta deconstrucción de estos estereotipos negativos. Tal como vemos en el cuadro 3 adjunto son pocos; el listado es breve en comparación con el cuadro 2 anterior. Algunos de estos *estereotipos o imágenes con matices positivos* y que se entremezclan con los anteriores pueden ser:

Cuadro 3.

Algunos estereotipos “positivos” sobre las mujeres mayores en el cine

- 1) Fuerte, paciente, independiente
 - 2) Consejera, con experiencia vital, sabia, buena profesional
 - 3) Experta cocinera, artesana
 - 4) Activa, relacionada, sociable, simpática
 - 5) Equilibrada, serena, tranquila
 - 6) Papel familiar: Madre, esposa, abuela cariñosa, generosa
(¿también imagen -?)
- ...y poco más!

(Contrastar con el cuadro 2 anterior.

Observar la brevedad, coherente con la ausencia de imágenes...)

- 1) Fuerte, paciente, independiente (María Galiana en *Solas*; Pilar Bardem en “*Nadie hablará de nosotras...*”: rompen el estereotipo de mujer “débil”, encerrada en el hogar). Por ejemplo, detengámonos en la película *Solas* que merece un punto aparte. El papel de María Galiana (Rosa), aún siendo de mujer fuerte, paciente, comprensiva, sigue teniendo un matiz algo “conservador”, por ejemplo, en comparación a su profesión real (ella es profesora) o en relación al papel de otras mujeres mayores que son profesionales,

independientes, libres, pero que en esta película sólo se refleja tímidamente. Su papel puede interpretarse, al menos, de dos maneras: por una parte tiene un cariz reaccionario y conservador si lo contrastamos con la posición y reacciones de un ama de casa joven; pero también se puede decir que es un fiel reflejo de la realidad si se sitúa en el contexto, pasado y presente de muchas de estas mujeres mayores. Tal como se percibe desde algunos de sus discursos (Agulló, 1999), aunque algunas mayores critican y lamentan su pasado, es más predominante un discurso resignado, conformista, poco crítico. De todos modos, la justificación de que el cine refleja la realidad no debe servir para que se perpetúen estereotipos negativos. En cualquier caso, en *Solas* se ofrece un tratamiento más que digno de las mujeres mayores, que es lo que no se refleja en otras películas o medios.

- 2) Consejera, con experiencia vital, sabia, buena profesional. Pensemos en los pocos papeles al estilo de Jessica Fletcher, p.e., en la serie televisiva *Se ha escrito un crimen*. En cambio, en otros ámbitos, como en el teatral -que no es un fenómeno de masas-, las mayores y su experiencia es más valorada. Hay que tener presente que la carrera teatral profesional de las mujeres es más larga que en el cine.
- 3) Experta cocinera, artesana (labores manuales que se intentan recuperar y revalorizar). Si se consulta el estudio de Sánchez y Bodalo (1999), basado en el análisis de 25 spots publicitarios, los mayores suelen aparecer para resaltar características determinadas (experiencia vital, ruralidad, desconocimiento tecnología; concretamente las mayores simbolizando la comida artesana y artículos de limpieza, etc.). En muchos casos se observa una clara “instrumentalización” de sus imágenes (ver también Bailey, 1993; Edwardh, 1992; Featherstone y Hepworth, 1984).

- 4) Activa, relacionada, sociable, simpática (Chus Lampreave, en films de Almodóvar; o la serie "*Chicas de Oro*"; ambas se enfrentan al estereotipo de ama de casa sedentaria).
- 5) Equilibrada, serena, tranquila. Por ejemplo, algunas de las representaciones en el film holandés oscarizado *Antonia's Line*, que narra las vivencias de mujeres de cinco generaciones distintas.
- 6) Papel familiar femenino tradicional: Madre mayor afectiva, comprensiva (p.e. en *El invitado de invierno*, la señora mayor que actúa como madre de Emma Thompson), o el papel de abuela cariñosa, generosa, divertida (p.e. en *Tomates verdes fritos*, tierna, sensible, pero vital, comprensiva, avanzada a su tiempo. O también *Paseando a Miss Daisy*, *Cocoon*, abuela en *Titanic*, Sigourney Weaver como abuela en *Mi mapa del mundo*).

Muchas veces se puede observar una representación de la mayor como mujer moderna, juvenil, deportista, etc., pero suele ser ridiculizada por no aceptar la vejez, y querer adoptar conductas "impropias" de su edad. Por ello, en demasiadas ocasiones con la imagen de abuela cariñosa se está rozando la ridiculización y burla de la persona. Esta imagen entre la "simpatía y la burla" puede observarse en *El profesor chiflado II* (2000) y *Esta abuela es un peligro* (2000), dos películas recientemente estrenadas en USA (en España, en agosto y en septiembre de este año, respectivamente). Como podemos observar en los fotogramas, se transmite una imagen de mujer mayor simpática pero con unas características físicas estereotipadas, similar en ambas, que puede invitar a la risa y sarcasmo: obesidad, peinado tradicional, enormes gafas, vestimenta ajustada, etc. En la primera se puede observar a Eddy Murphy disfrazado de señora mayor en contraste con la

actriz joven (*Fotogramas*, Junio 2000). En la segunda, un agente del FBI también se disfraza de abuela arisca-cariñosa, con un físico calcado al del film anterior (*El Espectador*, 18-VI-2000). Todas estas representaciones, pues, pueden estar sesgadas porque ni todas las mayores confirman los estereotipos negativos (“marujas”, aisladas, etc.), pero tampoco todas son activas, sabias, cariñosas, etc. Las imágenes positivas son muy pocas. Se reduce a una minoría de mujeres privilegiadas (con estudios, fama, cargos, p.e.). Estas no son la generalidad. Pero el hecho de que no sean generalidad, que su situación real sea aún difícil (son dependientes de los maridos, p.e.) respecto sus coetáneos o mujeres más jóvenes... no justifica que haya que atribuir estereotipos negativos. Parece que con los mayores se procede al contrario que con las representaciones juveniles. Respecto a los mayores predominan imágenes del que no vale, el enfermo..., cuando la realidad es mucho más compleja. Se debe reconocer, pues, al menos las dos caras de las mayores: dependientes-independientes, pero sin ocultar la faz positiva. Aparte de la existencia de una visión negativa, pues, llama la atención la ausencia de las mujeres mayores en el cine actual. Recordemos aquí la “espiral del silencio” que desarrolla Noelle-Neuman (Muñoz, 1995b:156), cuando se refiere no a los mensajes específicos sino a los que se silencian, a lo que se oculta.

En cualquier caso, la influencia de los medios de comunicación es notoria. Por ejemplo, en la compilación de Bryant y Zillmann (1996), se desarrollan los distintos efectos de los *mass-media*: agresión, violencia, aprendizaje, catarsis, excitación, cambios de actitud, estado de ánimo, miedo, mejor/peor salud, etc. Los autores que conforman la obra citada, explicitan las distintas teorías que tratan estos efectos (Teoría Social Cognitiva, Teoría de la Dependencia del Sistema Mediático, Teoría del Procesado de Información

Social, Modelo de Autoeficacia, Aculturación, Teoría de la diversión, Teoría del Aprendizaje Social, etc.). Concretamente, los *mass media* plasman el ser y quehacer femenino de forma estereotipada: cuáles deben ser nuestras aspiraciones, gustos, cómo debemos percibirnos... Transmiten parámetros ideales del ser femenino como “superwomen” y no se perdona aún el que una mujer “abandone” el rol de madre, por ejemplo. Sin embargo, muchos otros profesionales niegan la influencia de estos medios defendiendo que no hay que “demonizar” ni atribuir a los medios de comunicación consecuencias que no tienen o que, al menos, no son exclusivamente suyas sino compartidas por otros agentes de socialización. En cualquier caso, el cine tiene un papel importante. Más que “séptimo arte” debería calificarse con un número superior por su influencia, sobre todo al pasar al vídeo y a la TV, en la deconstrucción de imágenes negativas y construcción de otras positivas... La incidencia de los *mass/group/self media* es más que evidente.

A modo conclusión: Hacia una nueva imagen social de las mujeres mayores.

Este último apartado se cierra con unos interrogantes a raíz de todo lo sugerido. Por ejemplo, ¿caminamos hacia una persistencia, regresión o cambio en las visiones sobre las mujeres mayores? Las mayores, junto a otros colectivos (discapacitados, minorías étnicas, p.e.), ¿seguirán siendo infrarrepresentadas, maltratadas o simplemente olvidadas en la gran pantalla? Hoy se percibe una continuidad o incluso regresión hacia representaciones negativas (y no hacia algunas imágenes positivas que también pueden percibirse en el pasado como abuelos sabios...). Encontramos muchos paralelismos en otros medios como puede ser la TV, la publicidad, la prensa, la pintura, el arte, en las que las mayores siguen saliendo malparadas, desvalorizadas.

Estos reflejos de la realidad son bastante difusos por un argumento, al menos, revelador: la situación de las mujeres mayores aún sigue siendo peor que la de los mayores (varones) y que la de los/as jóvenes. Su menor estatus socio-económico, su mayor soledad, peor salud, etc. no hace más que construir y (re)construir unas imágenes con matices oscuros (Agulló, 1999). Sólo un cambio de situación (socio-económica, relacional), más unas nuevas actitudes e imágenes (desde los mass media, educación, trabajo, etc.) producirá un cambio cultural favorable para las mujeres mayores que se verá no sólo plasmado en el cine sino en la vida diaria como principal ventana-pantalla que refleja la realidad. El cine es transmisor de prejuicios para llegar no sólo al gran público (como sería la TV), sino a un público algo más seleccionado que acude a ver en directo el estreno de cuál va a ser el “próximo estereotipo”. Además, muchas veces, las mismas personas que trabajan con mayores (gerontólogos, sociólogos, psicólogos, médicos, trabajadores sociales, cuidadores, voluntarios, p.e.) son (¿somos?) las que, consciente o inconscientemente perpetúan los estereotipos negativos (y generan las autoimágenes negativas) de los mayores (13). De ahí urge la necesidad de cambiar la situación a través, en este caso, de un cambio en la concienciación, en la formación y un tratamiento adecuado de los profesionales de distinta índole hacia los mayores.

Para una mayor cooperación intergeneracional se torna imprescindible la disminución de actitudes y representaciones negativas en torno a los mayores. Es un reto para nuestra sociedad. Dentro del grupo general de mayores no todos son iguales y hay más discriminación hacia unos que hacia otros. Las propias representaciones no hacen más que acentuar las diferen-

(13) Basta comentar que se está estudiando o trabajando con/sobre personas mayores para comprobar la reacción general de sorpresa, asombro y, muchas veces, de rechazo por parte de los interlocutores.

cias y segregar no sólo a los mayores de la sociedad, sino que marcan la distancia entre una minoría de mayores “privilegiada” frente a una mayoría peor considerada socialmente. Lo paradójico es, aunque resulte irónico, que muchos *mayores tienen prejuicios hacia la vejez*, y esto mismo puede convertirse en rechazo de uno mismo, pues la imagen social actúa como espejo en el que los mayores se miran y evalúan. A esta asunción de los estereotipos es lo que se ha denominado en ocasiones *socialización anticipada*. Y pensamos que ahí está el riesgo de toda categorización, que “muchos mayores caen en esta trampa” de creerse lo que socialmente se les transmite (Butler y Lewis, en Laforest, 1991:54), lo que suele denominarse como “profecía autocumplida”. Lo básico es, pues, abandonar, tanto hombres como mujeres, los puntos de vista patriarcales que mantienen muchos de los prejuicios y estereotipos actuales.

Para disminuir este tipo de discriminación tampoco se aboga por la *gerontocracia* (poder en los mayores) o *gerontofilia*, pues estaríamos cayendo en el mismo sesgo de tratar a todos los mayores por igual considerándolos a todos sabios, expertos, activos. Pero sí es necesaria una disminución del etiquetaje y discriminación... *No se trata de hacer películas sobre mujeres mayores*. A los mayores no les gusta lo que es “para mayores”. Sino que su presencia en las películas sea digna, como la de cualquier otra persona de cualquier edad (14). Resulta fundamental que los mayores aparezcan públicamente como personas competentes, con buena salud y vigor mental, no como casos excepcionales que la sociedad trata como reliquias que hay que “conservar”. Se aboga por un punto de vista positivo e integrador que considere el enveje-

(14) Según el sociólogo Díaz (Insero, 1999:11), en su “Informe sobre la televisión española en España: la década abominable (1989-99)”, el escaso éxito de los programas para mayores se debe a que “los viejos no quieren ver programas hechos para viejos”, prefieren las series donde salen pocos abuelos pero son bien tratados, sin compasión, piedad o paternalismo.

cimiento como oportunidad, sin olvidar, al mismo tiempo, la dependencia y limitaciones que puede conllevar el envejecer, sobre todo en edades más avanzadas. Todo pasa por un cambio en las representaciones sociales, incluidas, claro está, las cinematográficas. Siguiendo la idea de Bevan (en Laforest, 1991:152), *“la clave de la solución de los problemas de los mayores no está en el aumento del progreso, de medidas sociales, de recursos, etc. (sin duda, fundamentales), sino en un cambio fundamental de actitud”*.

Para este caso recordemos aquello de *“Cine, cine, cine. Más cine por favor...”*, de L. E. Aute, pero sin discriminación por género, edad o cualquier otro aspecto, añadiría. En fin, por una comunicación más igualitaria, no discriminatoria. El futuro apunta nuevas direcciones porque la mujer estará totalmente incorporada al mercado laboral y a la vida pública. Cambiarán los prejuicios y estereotipos porque la situación como mujeres dependientes, pasivas... irá desapareciendo. Sin embargo ¿los estereotipos en torno a la vejez se romperán en un futuro? Se ha de señalar que será difícil porque si *a los estereotipos de género, se añaden los de edad, estatus, etnia...* nos encontramos con una “discriminación múltiple” que se concentra en estas mujeres. En cualquier caso, parece indudable que en ello están/estamos implicados todos, empezando por los *mass-media* y acabando por las actitudes cotidianas, que tendrán que pasar por la libertad y respeto de las distintas individualidades en esta sociedad plural. Tienen un papel clave todos los agentes sociales, en especial los medios de comunicación tratados en este libro. En conclusión, todo lo comentado no hace más que confirmar la necesidad de una nueva visión y tratamiento de las mujeres en general y de las adultas-mayores en particular.

El tercer milenio ha empezado con unos cambios indudables de la situación de las mujeres, pero no en todas las áreas, como por ejemplo en los *mass-media* y las imágenes femeninas que se presentan: ¿será que los estereotipos por género se imponen ante la realidad múltiple? ¿será que la situación de la mujer, concretamente de las de más edad, no está avanzando tanto como se piensa o como se querría? Será.

Bibliografía.

AGUILAR, P. (1998), *Mujer, amor y sexo en el cine español de los 90*. Fundamentos: Madrid.

AGULLÓ, M. S. (1999), *Mayores, actividad y trabajo en el proceso de envejecimiento y jubilación: una aproximación psicosociológica*. Tesis Doctoral, UCM:

BAILEY, W. T. (1993), "The image of middle-aged and older women in magazine advertisements", *Educational gerontology: an international Journal*, vol. 19, n° 2, pp. 97-103, mar-abril.

BRYANT, J. y ZILLMANN, D. (comp.) (1994/1996), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós Ibérica.

CASETTI, F. (1993/1994), *Teorías del cine*. Madrid: Cátedra.

CUESTA, U. (2000), *Psicología social de la comunicación*. Madrid: Cátedra.

EDWARDH, J. (1992), "Aging in Latin America: myths, stereotypes and social justice", *Ageing International: Journal of the international federation on ageing*, vol. XIX, n° 2, pp 26-29, jul.

FEATHERSTONE, M. y HEPWORTH, M. (1984), "Changing images of retirement: an analysis of representations of ageing in the popular magazine *Retirement Choice*", in D.B. BROMLES (Ed.), *Gerontology: Social and Behavioral Perspectives*. Londres: Croom Helm/British Society of Gerontology.

GIL CALVO, E. (2000), *Medias miradas. Un análisis cultural de la imagen femenina*. Barcelona: Anagrama.

HUMMERT, M. L. ET AL. (1995), "Judgments about Stereotypes of the Elderly" in *Research on Aging*, vol. 17, n° 2, 168-189.

- ITZIN, C. (1986), "Media images of women: the social construction of ageism and sexism", en S. WILKINSON (Ed.), *Feminist Social Psychology*. Milton Keynes: Open University Press.
- KAPLAN, A. (1998), *Las mujeres y el cine: a ambos lados de la cámara*. Madrid: Cátedra.
- KUHN, A. (1991), *Cine de mujeres: feminismo y cine*. Madrid: Cátedra.
- INSERSO (1991), *Jornadas sobre Medios de Comunicación y Tercera Edad*. INSERSO: Madrid.
- LEHR, U. (1983), "Stereotypes of aging and age norms" en J.E. BIRREN ET AL. (Eds.), *Aging: a challenge to science and society*. Nueva York: Oxford University Press.
- LEVIN, J. Y LEVIN, W.C. (1980), *Ageism prejudice and discrimination against the elderly*. California, Belmont: Wadsworth.
- MONTERDE, J. E. (1997), *La imagen negada: representaciones de la clase trabajadora*. Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
- MUÑOZ, B. (1989), *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona: Barcanova.
- MUÑOZ, B. (1995a), *Teorías de la Pseudocultura. Estudios de Sociología de la Cultura y de la Comunicación de Masas*. Madrid: Fundamentos.
- MUÑOZ, B. (1995b), "El género en los espacios públicos de comunicación", en C. TOBIO y C. DENCHE, *El espacio según el género*. Madrid: Dir. General de la Mujer.
- SANCHEZ VERA, P. y BODALO, E. (1999), "La imagen del mayor en los spots publicitarios de televisión", *Revista Multidisciplinar de Gerontología*, nº 9, 233-242.
- VV. AA. (2000), *Las generaciones del cine español*. Madrid: Sociedad Estatal de España Nuevo Milenio, S. A.